

オーダーメイドの個性的なフラッシュドア。建具技術を巧みに取り込み、受注を拡大する。

デザインや配色にこだわった美しいドアを効率よく作る技

毎時約50キロワットを発電できる太陽光発電システムを屋根に設置し、遮熱塗料を用いて省エネ性を高めるなど環境に配慮した長和産業株式会社の新工場。2013年5月に竣工したこの工場に入ると、アト工房さながらのアルミ建具作りの光景がある。

アルミの棒材を所定の寸法に切断した後、プレスやNC（数値制御式）旋盤で穴空け等の加工を施し、外枠として組み立てる。また、ドアの中身の骨組みに当たる芯材を切断・加工して組み上げる。次に、蜂の巣状に成型された発泡ウレタン等の「ハニカムコア」を、骨組みの間にびっしりと詰めていく。断熱性や難燃性、防音などの性能を与えるためだ。

最後にフラットなアルミパネルを表面に貼り合わせて完成。表面に桎梏がない「フラッシュドア」の出来上がりだ。

フラッシュドア自体はよく見かける一般的なドアだが、ここで作られるのは個性的なデザインや



環境に配慮した2013年竣工の新工場

配色のオーダーメイド品が多い。星や月を象った窓をあしらったもの、三角屋根の家のようなメルヘンチックなものなど、量産ラインには不向きなドアがほとんどだ。

生産体制の見直しで不良率の低下を実現

長和産業は、こういった特殊なアルミ製フラッシュドアを受託製作する製造部のほか、住宅用・



独自に開発した生産管理システムにより、生産指示書のデータが自動で転送されるように、生産効率が大幅に向上した

ビル用アルミサッシ等の金属製建具やエクステリアを販売施工する建具工事業部と不動産部を持つ。最も特徴的なのがフラッシュドアの製作で、高い技術力により国内最大級のアルミ建材メーカーA社から大量に受託するほか、日本各地の地域密着型の建築金物卸業者からも多くの製作依頼を請け負っている。

「現在の月産量は最大1400枚で、平均すると約1000枚。大ロット生産が得意な大手建

材メーカーでは難しい特殊フラッシュドア製作で、97年頃からA社の各工場から当社への集約化が進み始めた。そこで企業としての信頼性を高めるため、2005年にISO9001の認証を取得し、同時に生産体制を整備。不良率の低下を実現し受注が拡大したことで、生産能力を越えそうになったほど。そこで新工場を建設。NC加工機を増やすなどで能力を増強できたおかげで、A社の基幹製造拠点である東北工場との取引も始まった。昨年は新しい生産管理システムも独自に開発導入し、高い生産効率を実現した。藤本正幸社長は、追い風を感じている。

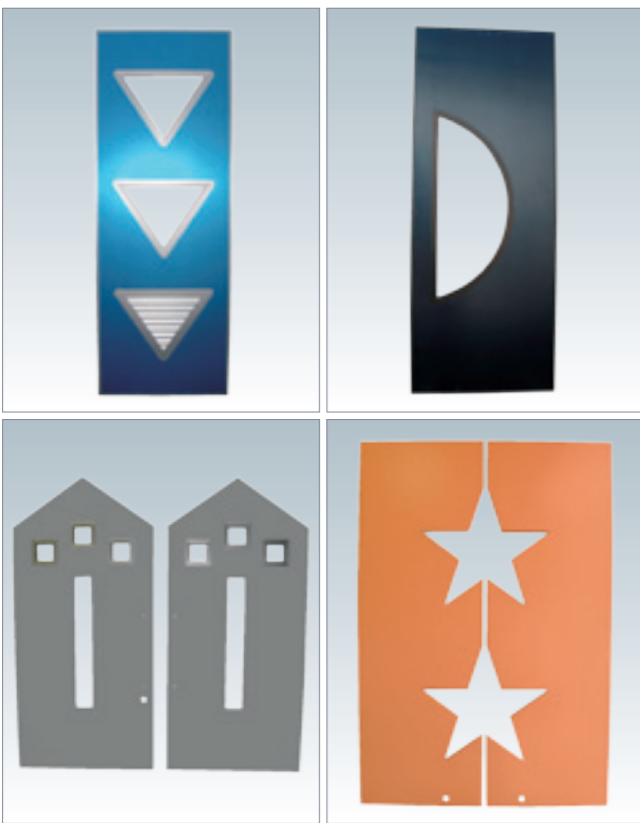
繊維卸業から始まった同社が建具を始めたのは70年頃。建具の外注先としてA社の滋賀工場（当時）から摺りあげ障子、雪見障子といった木材メーカーでは難しい特殊フラッシュドア製作で、97年頃からA社の各工場から当社への集約化が進み始めた。そこで企業としての信頼性を高めるため、2005年にISO9001の認証を取得し、同時に生産体制を整備。不良率の低下を実現し受注が拡大したことで、生産能力を越えそうになったほど。そこで新工場を建設。NC加工機を増やすなどで能力を増強できたおかげで、A社の基幹製造拠点である東北工場との取引も始まった。昨年は新しい生産管理システムも独自に開発導入し、高い生産効率を実現した。藤本正幸社長は、追い風を感じている。

製建具製作の技術力を買われ、それが木製フラッシュドアの受託につながっていく。

やがてアルミ建具が本格的に普及すると、藤本社長は「もう木製建具は作らない」という経営判断を下した。「時代変化に適応した企業体質に変わらなくてはいけない。蓄えてきたフラッシュドア製作の経験はアルミ製にも必ず生かせる」と考えたからだ。

木製からアルミ製へ移行させた財務力を重視する経営思想

その背景には、財務力を重視する藤本社長の持論がある。「まず、将来どうなりたいかの夢を映像化したうえで、現状の自社の立ち位置を客観的に評価する。この目標追求プロセスに不可欠



個性的なデザインのアクリル製フラッシュドア。学校用としての注文も多い

なのが正しい財務分析。その信念があるからこそ、アルミ製フラッシュドアへ勇気をもつて移行できた。木製からアルミ製に変わっても、建具職人の技術力が鍵を握る点は同じだった。フラッシュドア製作の際、A社はアルミパネルに窓や鍵穴をプレスで抜いてから外枠に貼り付けるが、長和産業では枠に貼っ

てから手仕事でくり抜いている。外枠も丹念に組み込んでおり、各部材をきっちりと合わせる高い精度がシルエットの美しさの違いとなって表れている。完成度が高い同社に対し、工場ごとに発注権を持つA社の各工場から受注が増え、現在ではA社のフラッシュドアの8割近くが同社に委ねられている。「取引条件が厳しいA社から多くの受注をいただいている要因の一つに、財務が優良というのもあると思う。技術力と財務力をともに重視してきた当社だからこそ、ご愛顧いただけると考えている」。

エンドユーザー向けの建具販売「MADOショップ」を近く開設

今後の課題としては、住宅着工停滞の影響を受けている建具工事業部の成長だ。「製造部門に対して相対的な売上比率が落ちつつあるが、本来は両部門が5割ずつの比率が好ましい。この事業では当社はA社から建材を買わせていただくので、共存共栄という意味でも建具の販売を伸ばしていきたい」。

このために新たに取り組むのが「MADOショップ」事業。アルミサッシを中心とするリフォーム関連建具をエンドユーザーへ直接提案するためのショールームで、全国展開を目指すA社のパートナーとして近々本社内に開設する予定だ。フラッシュドアについては「電気錠を組み込みやすい厚めのドア等のオリジナル製品を、自社ブランドで打ち出したい」と夢を語る藤本社長。未来の映像が明確に見えるに違いない。



Voice 代表取締役 藤本 正幸氏

新たなフラッシュドアの製作に真っ先に挑み、失敗から得た情報を全国の同業者へフィードバックする。この積み重ねが当社に独自の強みを与えてくれました。チャレンジ精神をもって製品を作り上げることに大きな喜びを感じます。

Profile 長和産業株式会社



- 長浜市新庄中町158
- 設立/1970年
- 資本金/6,000万円
- 従業員数/32名
- 事業内容/金属製建具の加工・販売・工事、アルミエクステリアの販売・工事、ビル用アルミフラッシュドア製作、スクールパーテーション製作、宅地建物取引業、その他

<http://www.chowasangyo.jp/>